

 佑童 · 企管  
销售力课程

手把手教你做动销

*u.tone*

一切为使你更强大！

## + 自我介绍：



企业销售力系统构建教练

李刚国 老师

企业销售力系统构建教练

佑童企管联合创始人

14年乳品及婴童产品销售管理经验

6年以上品牌运营及零售管理经验

著有婴童行业首部实战专注《破局婴童》

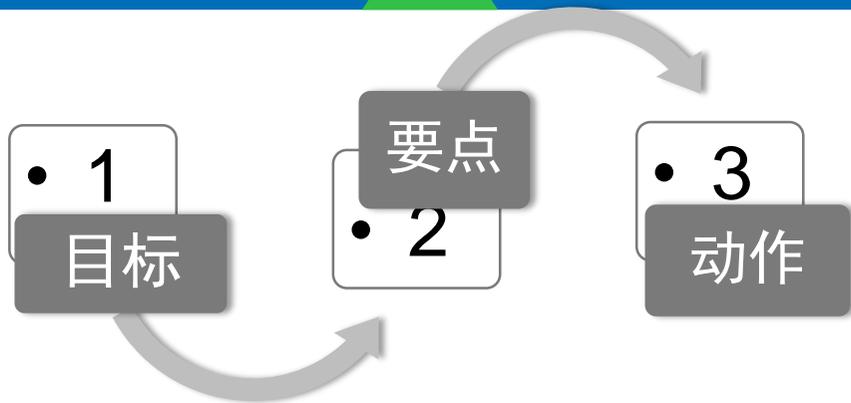
被业内誉为“婴童行业最具实操经验”的营销专家！

# 十年专注：企业销售力的打造

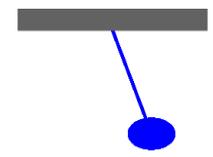


# 前言

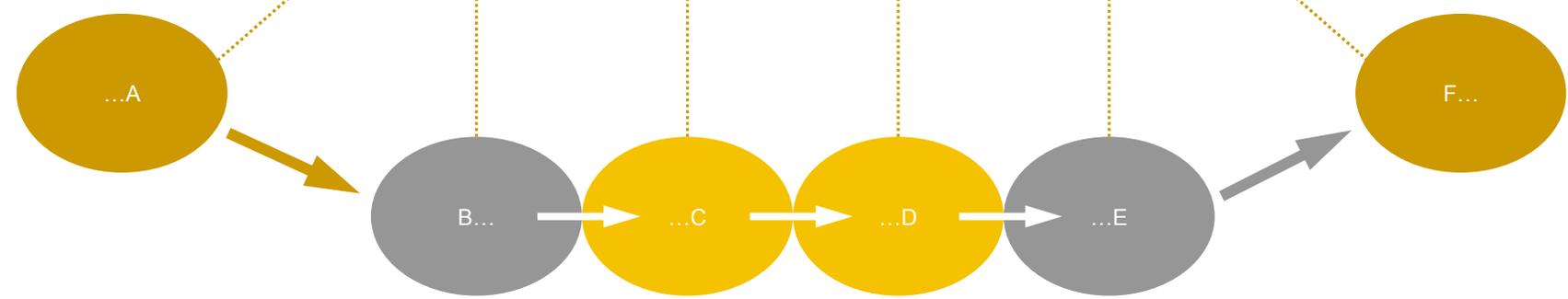
把握销售节奏，实现业绩倍增！



# 一、开篇：增长的本质是什么？

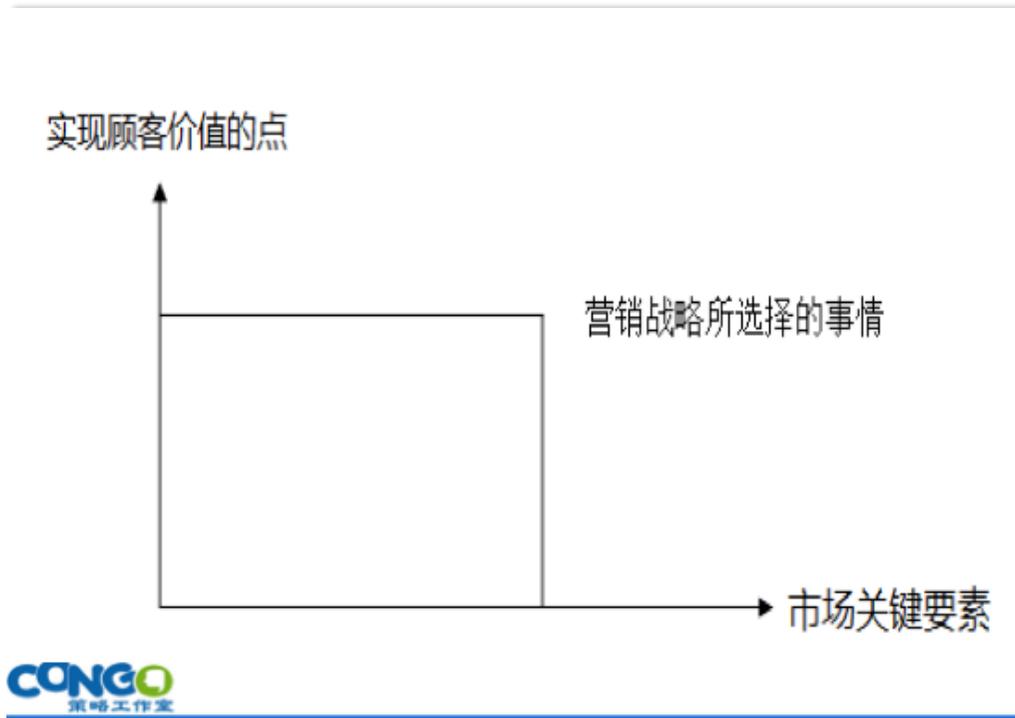


假如钟摆球撞击的方向不一致？



增长就是有序的运动！

# 1.1 销售的有序，就是把握好销售的节奏！



营销的节奏：合适的时间做合适的事情！

## 营销节奏：

指的就是营销工作自身所特有的均匀的有规律的工作进程，它是营销工作规律的重要组成部分。

# 1.2 案例1：京东的双十一营销节奏

期 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21



专场期从小双11启动，从去年的情况来看，双11前周六流量不受影响；在高潮期前增加小高潮，对标天猫针对性发力

传播  
噱头



货品  
相关



# 1.3 案例2：某品牌年度促销活动安排

月份	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
传统节日	元旦	情人节	妇女节	清明节	劳动节	儿童节	建党节	建军节	教师节	国庆节	感恩节 11.27	圣诞节
	春节1.31	元宵节	植树节	愚人节	青年节	端午节 6.2		七夕7.2	中秋节 9.8	重阳节9.2		
					母亲节	父亲节				万圣节		
活动主题	“冬趣春味” 靓丽宝贝秀		空包装兑换绿色风暴		成长记忆 快乐童年 感恩父母		火热夏季 缤纷豪礼		双节同庆 金秋十月		年终刮刮乐	
促销方式	秀宝贝相片，赢品牌相框		空包装兑换现金		凭成长记忆对比照 半价购买能健乐奶粉		买赠促销 ##元 送###				刮现金促销	
店头主题	奶粉兑换会	喜乐元宵会	放飞梦想 心系我家宝贝	春天有“礼” 四月大团购	母子情深	快乐六一欢 乐童年	激情夏日 尽享豪礼	遇上你是我的 缘——能 健乐	教师节特别 优惠	金秋十月 豪 礼炫送	品牌感恩节	圣诞大狂欢 年终钜惠
	春节宝宝秀	“让我爱你” 二月感恩回馈				浓情端午， 能健乐有礼						



# 1.5 案例4：小优微课堂的推进节奏

## ◆ 项目实施

### 1、 项目实施开始时间：

公司内部：2016年4月1日

外部客户：2016年4月14日

### 2、 试行时间：2个月

### 3、 课程类型：

#### ✓ 培训类：

大咖讲堂、产品知识、母婴讲座、营运专家、职场达人

#### ✓ 分享类：

市场专家，政策解读，热门话题

#### ✓ 互动类：

话题讨论区

### 4、 公司内部实施细则

#### ✓ 使用平台：U舰队

#### ✓ 参与人员：公司全员

#### ✓ 微课直播时间：每周三晚上 20:00-20:40

#### ✓ 微课进行流程：

## 试运营期间筹备内容

时间进度	内容
3/25-3/28	项目计划书
3月29日	试运行文案准备（微信群规、项目介绍、课后反馈问卷）
3月30日	内部试运行，平台运作人员岗位职责，邀约4月讲师确定课程
4月1日	内部课程第一堂，发放课后反馈问卷
4/2-4/3	内部问卷发放及收集，微课评估报告
4/5-4/6	制作外部推广的易企秀链接
4/7-4/10	小优微课堂外部推广，链接转发，组建4月对外试运营的微信群
4/11-4/13	拟定外部学员微课需求问卷，外部微课预告，微课堂项目介绍
4月12日	授课嘉宾课前沟通
4月14日	外部课程第一堂，发放课后反馈问卷
4月15日	内部问卷发放及收集，微课评估报告
4/16-4/18	外部学员微课需求问卷发放及收集
4月18日	外部互动讨论区第一轮
4/19-4/22	内部讲师及课程资源梳理

## 二、直面销售困惑：



## 2.1 场景革命：必须得到解决的3个场景



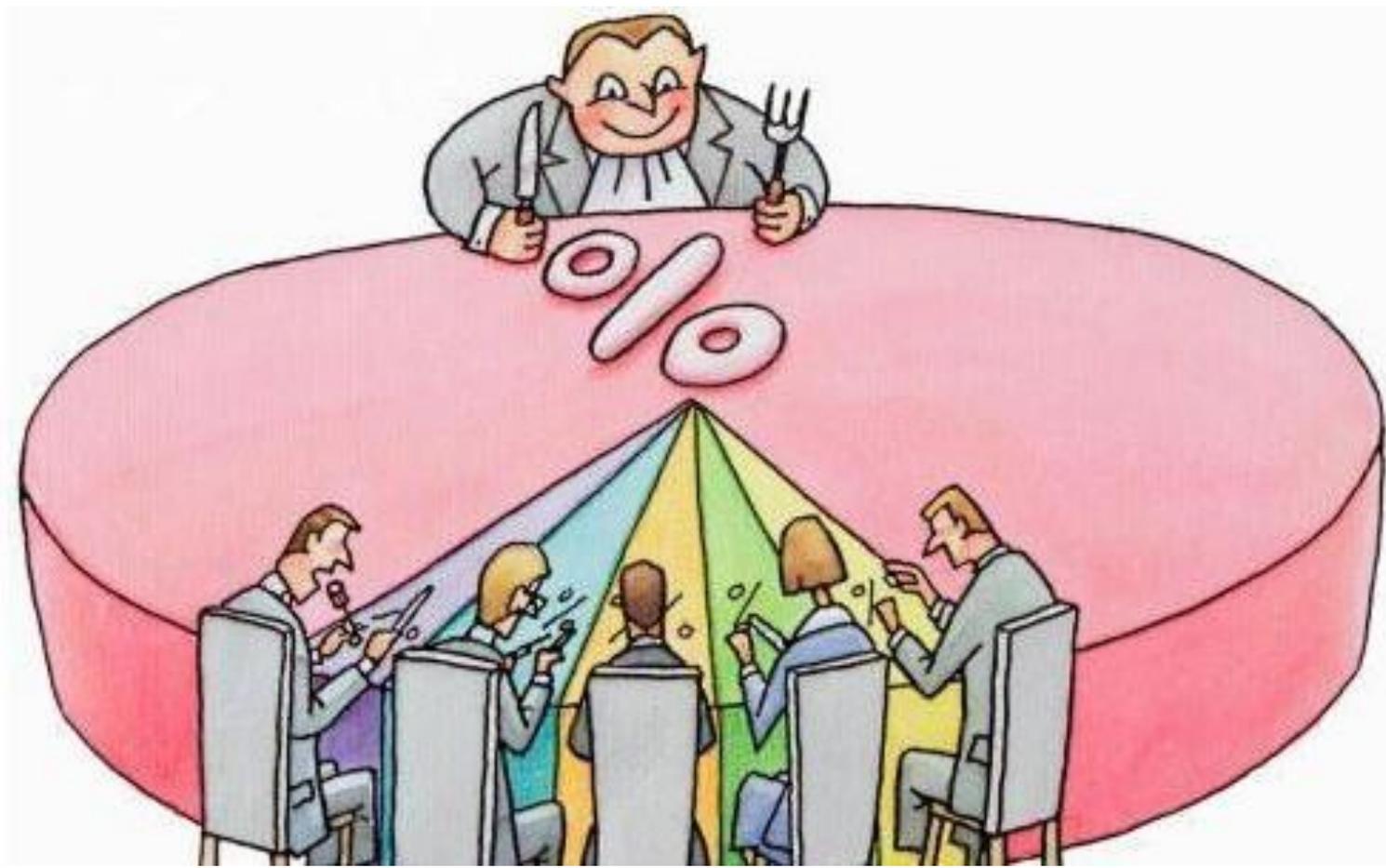
我们必须割掉“无序”的行为路径！

1. 政策一样，销售成果不一样？

2. 讨厌大日期，但是一直售卖大日期？

3. 同样的活动案，不一样的呈现结果？

## 2.2 场景1：为什么一样的销售政策，未带来一样的销量？



## 2.3 场景2：我们都讨厌大日期的商品，为什么还会出现大日期？



## 2.4 场景3：同一套活动方案，为什么同样的销售量？

人气爆棚



门可罗雀

# 三、把握好销售节奏，助推业绩增长

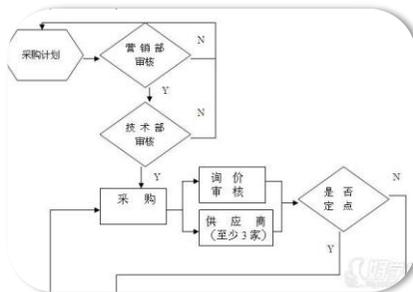
填写说明：1、每幅图（100\*100）的尺寸是店内摆架陆架的照片。

主题日期	活动时间	商品名称	活动形式 (商品)	促销力度	采本价	采本数
	6月1日-3日	LOVO 罗蒙家纺系列印花加大1.8米床六件套套组套组	全场5折封顶	2折	899	16
	6.1-6.3	Feilo 美菲佳儿童床3张儿童床	全场5折封顶		185	9
6月1日-3日	6.1-6.3	日本芳芳 1:18秀美家斯右斯特车模/模型 108811款	全场全场满200-100		1588	60
	6月1日-6月6日	GUCCI 古驰 女式单色pu配皮文件包 28106-PPK15-PTOT 黑	买赠		4058	11
6月4日-6日	6月4号-10号	北京奔驰GLK300豪华SUV系列 男士电脑包10-13寸 1300A135电脑包	全场1折起	全场1折起	398	9
6月4日-6日	6月4日-6日	艾闻大酒架系统吊柜展架 展架51204	买赠品牌展架	买赠2折	178	1
6月4日-6日	6月4日-6日	艾博双人6+1杆豪华酒店套房三件套	买赠品牌展架	2.8折	299	1
6月4日	6月4日-6日	海飞丝丝滑发质语音 S3+630+200乳盘发	买赠		176.9	
6月4日-11日		神正晶智耀和硕大电视2000	满299-100		196	

活动节奏



订货节奏



采购节奏



产品上市节奏

# 3.1 促销节奏：

2016-11-11

二	三	四	五	六	日
1 初二	2 初三	3 初四	4 初五	5 初六	6 初七
8 初九	9 初十	10 十一	11 十二	12 十三	13 十四
15 十六	16 十七	17 十八	18 十九	19 二十	20 廿一
22 小雪	23 廿四	24 廿五	25 廿六	26 廿七	27 廿八
29 初一	30 初二	艾滋病日	初四	初五	初六

十月十一日  
丙申年【猴】  
己亥月 丁酉日

宜 嫁娶 冠笄 祭祀 祈福 求嗣

**双十一**

2016-12-24

二	三	四	五	六	日
29 初一	30 初二	1 艾滋病日	2 初四	3 初五	4 初六
6 初八	7 大雪	8 初十	9 十一	10 十二	11 十三
13 十五	14 十六	15 十七	16 十八	17 十九	18 二十
20 廿二	21 冬至	22 廿四	23 廿五	24 廿六	25 廿七
27 廿九	28 三十	29 初一	30 初二	31 初三	1 元旦

十一月廿四日  
丙申年【猴】  
庚子月 庚申日

宜 嫁娶 冠笄 祭祀 祈福 求嗣

**元旦**

2017-01-21

二	三	四	五	六	日
27 廿九	28 三十	29 初一	30 初二	31 初三	1 元旦
3 初六	4 初七	5 腊八节	6 初九	7 初十	8 十一
10 十三	11 十四	12 十五	13 十六	14 十七	15 十八
17 二十	18 廿一	19 廿二	20 小年	21 廿四	22 廿五
24 廿七	25 廿八	26 廿九	27 除夕	28 初一	29 初二
31 初四	1 初五	2 湿地日	3 立春	4 初八	5 初九

十二月廿一日  
丙申年【猴】  
辛丑月 戊午日

宜 沐浴 开仓 出货财 开市 交易

**春节**

# 11月：双十一线下也疯狂

## 活动主题：

狂欢双十一，线下也疯狂

## 活动时间：

2016.11.10—2016.11.13 共计4天

## 活动形式：

11月10日一元购 / 11月11日5折专享 / 11月12-13日秒杀



# 12月：元旦促销

## 活动主题：

---

年终大促 免单季

## 活动时间：

---

2016.12.24—2017.01.01 共计8天

## 活动形式：

---

疯狂免单 / 免单券售卖 / 产品组合促销



# 元月：春节活动

## 活动主题：

空包装抵现，宝宝自赚压岁钱

## 活动时间：

2017.01.21—2017.02.05 共计15天

## 活动形式：

红包刮不停 / 空包装抵现



## 3.2 会销节奏：

### 1. 会前会的召开：

统一思想 统一认识 确认目标

### 2. 会销流程：

环环紧扣 PK贯穿始终

### 3. 节奏把握：

售卖老师 调动氛围 获得共鸣

价值塑造 二次售卖

### 4. 会后工作：

及时总结 销售跟单



### 3.3 承上启下3个月份的销售节奏把握

工作重点	11月上旬	11中下旬	12月中上旬	12月下旬	1月上旬	1月中下旬
销售订货动员会	区域例会	○	○	○	○	○
年终冲刺订货	○	订货会召开	○	○	○	○
终端动销推进	○	○	终端动销	○	○	○
2017年1季度订货	○	○	○	1季度订货	1季度订货	○
年度合同签订	○	○	合同签约	○	○	○
促销活动	○	双十一	○	元旦促销	○	春节促销

1. 11-12月份订货状况直接决定2016年销售达成与2017年目标签约；
2. 2017年1月份的订货订货状况直接决定1季度目标达成与全年客户履约；
3. 11-12月份决定2016年的胜负；1月份的工作状态决定2017年全年工作推进！

# 会销要点1：会议统筹安排







谢谢！

*u.tone*  
佑童企管